

SKRIPSI
PENGARUH FANATISME PENGGEMAR BOYBAND KOREA
NCT (*NEO CULTURE TECHNOLOGY*) TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF (STUDI PADA KOMUNITAS NCTZEN
PALEMBANG)



NURHALIZA
07021282126089

JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

SKRIPSI

PENGARUH FANATISME PENGGEMAR BOYBAND KOREA NCT (*NEO CULTURE TECHNOLOGY*) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA KOMUNITAS NCTZEN PALEMBANG)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

S1 Sosiologi (S.Sos)

Pada

Program Studi S1 Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya



NURHALIZA

07021282126089

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**" PENGARUH FANATISME PENGGEAR BOYBAND KOREA NCT
(NEO CULTURE TECHNOLOGY) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
(STUDI PADA KOMUNITAS NCTZEN PALEMBANG) "**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh Derajat
Sarjana S-1**

Oleh:

Nurhaliza
07021282126089

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Gita Isyanzwulan, S.Sos., MA.
NIP. 198611272015042003



13 - Juli - 2015



Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosiologi

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

"PENGARUH FANATISME PENGGEMAR BOYBAND KOREA NCT (NEO CULTURE TECHNOLOGY) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA KOMUNITAS NCTZEN PALEMBANG)"

SKRIPSI

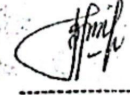
NURHALIZA
07021282126089

Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 25 Juni 2025

Pembimbing:

1. Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

Tanda Tangan



Penguji:

Tanda Tangan

1. Mery Yanti, S.Sos, MA.
NIP. 197705042000122001
2. Randi. S.Sos., M.Sos.
NIP. 199106172019031000



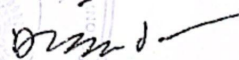
Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Ketua Jurusan Sosiologi,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

PERNYATAAN ORISINALITAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN SOSIOLOGI
Alamat: Jalan Palembang-Prabumulih, KM. 32 Indralaya Kabupaten Ogan Ilir 30662 Telepon (0711) 580572 Faksimile, (0711) 570572
Laman: www.fisip.unsri.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurhaliza
NIM : 07021282126089
Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Fanatisme Penggemar Boyband Korea Nct (*Neo Culture Technology*) Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Komunitas Nctzen Palembang)" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi saya merupakan jiplakan karya orang lain (plagiarisme), terhadap keaslian karya ini saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 13 Juni 2025
Yang membuat pernyataan



Nurhaliza
NIM 07021282126089

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, kesehatan, serta rezeki yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fanatisme Penggemar Boyband Korea NCT (Neo Culture Technology) terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Komunitas NCTzen Palembang)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar karya ini dapat terselesaikan dengan baik serta memberikan kontribusi bagi pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang sosiologi. Namun, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Terselesaikannya skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, kesehatan, kekuatan, rezeki, dan hidayah-Nya yang senantiasa menyertai penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Sriwijaya beserta seluruh jajaran pimpinan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama penulis menempuh pendidikan.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, beserta jajaran yang senantiasa mendukung proses akademik penulis.
4. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si, selaku Ketua Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Sriwijaya, atas arahan dan dukungan yang diberikan selama masa studi.

5. Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos, MA, selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Sriwijaya sekaligus Dosen Pembimbing saya, yang telah dengan penuh kesabaran dan dedikasi membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih senantiasa memberikan waktu, perhatian, arahan, serta masukan yang sangat berarti, baik dari segi akademik maupun motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, yang telah dengan sepenuh hati membagikan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Mbak Yuni Yunita, S.Sos, selaku staf administrasi Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Sriwijaya, yang dengan ramah dan sigap telah membantu penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi akademik, sehingga proses penyusunan skripsi dapat berjalan dengan lancar.
8. Ayah dan Ibu, terima kasih yang tak terhingga atas setiap doa yang terpanjatkan, dukungan yang tak pernah surut, serta cinta dan pengorbanan yang begitu tulus sejak awal hingga hari ini. Dalam setiap langkah dan proses yang penulis lalui, ada kekuatan dari restu dan keikhlasan kalian yang selalu menyertai. Terima kasih telah menjadi tempat kembali, tempat berlabuh dari segala lelah, dan sumber semangat terbesar yang membuat penulis mampu bertahan dan menyelesaikan perjalanan ini.
9. Komunitas NCTzen Palembang, yang telah memberikan waktu dan kontribusi dalam proses penelitian ini. Terima kasih atas partisipasi aktif serta bantuan yang sangat berharga bagi kelancaran penulisan skripsi ini.
10. Wayan, Abil, dan Iren, teman seperjuangan selama menempuh perkuliahan. Terima kasih atas canda, tawa, dan kehadiran kalian yang membuat masa kuliah penuh warna. Kebersamaan kalian menjadi semangat tersendiri bagi saya untuk terus hadir dan bertahan di masa kuliah ini.
11. Shafa, Deas, Fira, Fircil, dan Ais terima kasih atas dukungan, semangat, dan motivasi yang kalian berikan sejak masa SMA hingga saat ini. Kehadiran kalian membawa kekuatan tersendiri yang membantu penulis tetap percaya diri dan terus melangkah.

12. Untuk Teladan , Naila, Alisa, Yulisa, Dwik, Sifat, Priska, Miranda, dan Abil, terima kasih atas tawa, semangat, dan kekompakan yang tak pernah luntur sejak masa magang hingga sekarang.
13. Ria dan Rahmi terima kasih atas dukungan dan semangat yang telah diberikan sejak masa SMP hingga sekarang
14. Untuk EXO OT12, terima kasih telah menjadi bagian dari hidup saya sejak masa sekolah dasar. Di tengah proses tumbuh dan melewati banyak hal, kalian hadir sebagai tempat bersandar penguat saat lelah, dan motivasi saat hampir menyerah. Semangat, ketekunan, dan komitmen kalian terhadap pendidikan menjadi inspirasi besar bagi saya untuk terus belajar dan bertahan. Kalian bukan sekadar idola, tapi alasan saya tetap melangkah sampai hari ini. *We are one!*
15. Untuk Suho atau Kim Junmyeon, terima kasih telah menjadi sosok inspiratif yang menunjukkan bahwa tanggung jawab, pendidikan, dan dedikasi dapat berjalan seiring. Semangat juang dan ketekunanmu menjadi motivasi besar bagi saya untuk terus belajar dan tidak menyerah pada mimpi.
16. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Nurhaliza. Terima kasih sudah bertahan, melewati banyak hal, dan tetap memilih untuk hidup. Skripsi ini mungkin bukan segalanya, tapi cukup untuk membuktikan bahwa kamu mampu menyelesaikan apa yang telah kamu mulai. Tetaplah melangkah dengan tenang, meski pelan. Jangan terlalu tinggi berharap pada hal yang belum tentu datang, tapi teruslah percaya pada proses dan pada dirimu sendiri. Semoga ke depan selalu ada *spark* dalam dirimu sebuah cahaya yang membuatmu terus bertahan, terus belajar, menjadi lebih kuat, lebih tenang, dan senantiasa menemukan alasan untuk terus melangkah.

ABSTRAK

ABSTRAK

PENGARUH FANATISME PENGGEMAR BOYBAND KOREA NCT (*NEO CULTURE TECHNOLOGY*) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI PADA KOMUNITAS NCTZEN PALEMBANG)

Fanatisme merupakan salah satu fenomena yang umum dijumpai dalam kalangan penggemar K-Pop, termasuk penggemar *boyband* NCT. Di sisi lain, penggemar NCT juga menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada komunitas NCTzen di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring kepada 90 anggota komunitas NCTzen Palembang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fanatisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,834 dan nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,575 menunjukkan bahwa fanatisme memberikan kontribusi sebesar 57,5% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan 42,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Fanatisme, Perilaku Konsumtif, Boyband NCT, K-Pop.

Indralaya, 4 Juli 2025

Mengetahui,

Pembimbing,



Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

ABSTRACT

ABSTRACT

THE EFFECT OF FANATICISM ON KOREAN BOY BAND NCT (NEO CULTURE TECHNOLOGY) ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR (A STUDY ON THE NCTZEN PALEMBANG COMMUNITY)

Fanaticism is one of the common phenomena found among K-Pop fans, including fans of the boy band NCT. On the other hand, NCT fans also show a high tendency to consumptive behavior. This study aims to determine the influence of fanaticism on consumptive behavior in the NCTzen community in Palembang City. This study uses a Quantitative Method. Data was collected through the distribution of online questionnaires to 90 members of the NCTzen Palembang community who were selected using purposive sampling techniques. The data analysis technique used is simple linear regression. The results showed that fanaticism had a positive and significant effect on consumptive behavior, with a regression coefficient value of 0.834 and a significance value of 0.001 (< 0.05). A determination coefficient value (R^2) of 0.575 showed that fanaticism contributed 57.5% to consumptive behavior, while the remaining 42.5% was influenced by other factors outside the variables studied.

Keywords: *Fanaticism, Consumptive Behavior, NCT Boy Band, K Pop.*

Indralaya, 4 Juli 2025

Mengetahui,

Pembimbing,



Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

Ketua Jurusan Sosiologi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sriwijaya



JURUSAN
SOSIOLOGI
FISIP
Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB II PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kerangka Pemikiran.....	13
2.2.1 Konsep Fanatisme.....	13
2.2.2 Perilaku Konsumtif.....	18
2.2.3 NCT.....	24
2.2.4 NCTzen.....	25
2.3 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian.....	28

3.2 Lokasi Penelitian.....	28
3.2.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	28
3.3 Variabel Penelitian.....	29
3.4 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	30
3.4.1 Definisi Konseptual.....	30
3.4.2 Definisi Operasional.....	31
3.5 Jenis Dan Sumber Data.....	32
3.5.1 Data Primer.....	32
3.5.2 Data Sekunder.....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6.1 Kuesioner.....	34
3.6.2 Skala Pengukuran.....	34
3.6.3 Dokumentasi.....	35
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....	36
3.7.1 Uji Validitas.....	36
3.7.2 Uji Reabilitas.....	36
3.8 Teknik Pengelohan Data.....	37
3.8.1 Pengeditan Data.....	37
3.8.2 Pengkodean Data.....	37
3.8.3 Tabulasi Data.....	37
3.8.4 Analisis Data.....	37
3.9 Unit Analisis Data.....	38
3.10 Populasi dan Teknik Sampling.....	38
3.10.1 Populasi.....	38
3.10.2 Sampel.....	39
3.11 Teknik Analisis Data.....	40
3.11.1 Deskriptif data.....	40

3.12 Teknik Pengujian Hipotesis.....	41
3.13 Jadwal Penelitian.....	42
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	43
4.1 Gambaran Umum.....	43
4.2 Kota Palembang.....	44
4.2.1 Data Demografis.....	44
4.2.2 Jumlah Penduduk.....	44
4.3 NCT.....	45
4.4 KOMUNITAS NCTZEN PALEMBANG.....	48
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
5.1 Deskripsi Data.....	53
5.2 Karakteristik Responden.....	53
5.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
5.2.2 Berdasarkan Usia.....	54
5.3 Deskripsi Data Variabel Fanatisme.....	55
5.3.1 Dimensi keterlibatan internal.....	56
5.3.2 Dimensi keterlibatan Eksternal.....	56
5.3.3 Dimensi Keinginan untuk memperoleh objek.....	58
5.3.4 Dimensi Interaksi Sosial.....	59
5.3.5 Rekapitulasi Variabel Fanatisme.....	60
5.4 Deskripsi Data Variabel Perilaku Konsumtif.....	61
5.4.1 Dimensi Pemenuhan Keinginan.....	61
5.4.2 Dimensi Barang di Luar Jangkauan.....	62
5.4.3 Dimensi Barang Tidak Produktif.....	62
5.4.4 Dimensi Status Sosial.....	63
5.4.5 Rekapitulasi Variabel Perilaku Konsumtif.....	64
5.5 Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	65

5.5.1 Uji Instrumen.....	65
5.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	70
5.5.3 Uji Hipotesis.....	73
5.6 Pembahasan.....	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
6.1 Kesimpulan.....	82
6.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	31
Tabel 3. 2 Dokumentasi Penyebaran kusioner kepada Sampel.....	33
Tabel 3. 3 Penskoran Alat Ukur.....	35
Tabel 3. 4 Anggota NCTZEN Palembang.....	39
Tabel 3. 5 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	42
Tabel 5. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 5. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 5. 3 Kriteria Interpretasi Skor.....	56
Tabel 5. 4 Dimensi keterlibatan internal.....	56
Tabel 5. 5 Dimensi keterlibatan Eksternal.....	57
Tabel 5. 6 Dimensi Keinginan untuk memperoleh objek.....	58
Tabel 5. 7 Dimensi Interaksi Sosial.....	59
Tabel 5. 8 Rekapitulasi Skor Pencapaian pada variabel fanatisme.....	60
Tabel 5. 9 Dimensi Pemenuhan Keinginan.....	61
Tabel 5. 10 Dimensi Barang di Luar Jangkauan.....	62
Tabel 5. 11 Barang Tidak Produktif.....	63
Tabel 5. 12 Dimensi Status Sosial.....	63
Tabel 5. 13 Rekapitulasi Skor Pencapaian pada variabel Perilaku Konsumtif.....	64
Tabel 5. 14 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 5. 15 Case Processing Summary.....	67
Tabel 5. 16 Reliability Statistics.....	68
Tabel 5. 17 Item-Total Statistics.....	68
Tabel 5. 18 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	70
Tabel 5. 19 Anova.....	71
Tabel 5. 20 Uji Regresi Linear Sederhana.....	73
Tabel 5. 21 Uji Parsial T.....	74
Tabel 5. 22 Uji Koefisien Determinasi.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengemar merusak kemasan produk Lemonilo x NCT Dream untuk mencari photocard.....	3
Gambar 3. 1 Dokumentasi Penyebaran kusioner kepada Sampel.....	32
Gambar 4. 1 Anggota Boyband NCT.....	45
Gambar 4. 2 Anggota Komunitas NCTzen.....	48
Gambar 4. 3 Akun Instagram NCTZEN Palembang.....	49
Gambar 4. 4 Whatsapp Komunitas NCTZEN Palembang.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, budaya populer menyebar dengan sangat cepat melalui media digital. Salah satu bentuk budaya yang menonjol dalam dekade terakhir adalah Korean Wave (*Hallyu*), yaitu penyebaran budaya Korea Selatan secara global, mencakup drama televisi, kuliner, fashion, hingga musik pop Korea (K-Pop). K-Pop telah menjadi fenomena internasional berkat kombinasi antara penampilan visual yang menarik, koreografi energik, dan musik modern yang memadukan elemen pop Barat dengan kekhasan budaya Korea. Lirik lagu K-Pop umumnya berbahasa Korea, tetapi sering kali disisipi bahasa Inggris sebagai bentuk adaptasi global (Rappler, 2017).

Indonesia merupakan salah satu pasar terbesar dalam industri *K-Pop* global. Berdasarkan laporan *Goodstats* (2024), jumlah streaming *K-Pop* di Indonesia mencapai 7,4 miliar per tahun, menempatkan Indonesia di posisi ketiga setelah Jepang dan Amerika Serikat. Pada tahun yang sama, Indonesia tercatat sebagai konsumen terbesar *K-Pop* secara global dengan pangsa pasar sebesar 18,47%. Survei yang melibatkan lebih dari 11.000 responden dari 119 negara menunjukkan bahwa 86,3% masyarakat Indonesia memiliki ketertarikan tinggi terhadap budaya Korea, dan 68,8% di antaranya menyatakan menyukai berbagai konten budaya tersebut. *K-Pop* juga menempati posisi ketiga sebagai genre musik paling populer di Indonesia, terutama di kalangan perempuan (*Goodstats*, 2024).

Kehadiran *fandom* atau komunitas penggemar *K-Pop* turut memperkuat pengaruh budaya Korea di Indonesia. *Fandom* merupakan bentuk keterikatan dalam suatu kultur yang mencakup berbagai aktivitas penggemar terhadap objek yang dikagumi (*Nabilah*, 2021). Salah satu grup *K-Pop* yang populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah *NCT* (*Neo Culture Technology*), sebuah *boyband* yang dibentuk oleh *SM Entertainment* dengan konsep keanggotaan terbuka dan terbagi dalam beberapa sub-unit, seperti *NCT 127*, *NCT Dream*, *NCT U*, dan *WayV*. Konsep yang fleksibel dan multinasional ini menjadikan *NCT* memiliki daya tarik global. Komunitas penggemar

mereka, yang disebut *NCTzen*, tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, termasuk di Palembang. Komunitas ini tidak hanya menunjukkan dukungan melalui konsumsi konten digital, tetapi juga aktif dalam pembelian *merchandise*, tiket konser, serta keterlibatan dalam proyek sosial dan digital (Fauziyah & Nurhayati, 2023).

Menurut data dari akun *Twitter fandom NCT Indonesia*, @NCT_Indonesia, jumlah pengikutnya mencapai 322 ribu pada tahun 2024. Sebagian besar penggemar *NCT* berusia antara 14 hingga 26 tahun, yang mencerminkan daya tarik grup ini di kalangan generasi muda (Budiati, 2022). Berdasarkan penjualan album *Gaon* dan *Oricon Chart*, *Allkpop* (2022) mencatat bahwa *NCT* menempati posisi pertama dengan penjualan album terbanyak di tahun 2021, yakni sebesar 10,8 juta kopi. Jumlah tersebut merupakan akumulasi dari seluruh sub-unit *NCT* yang melakukan *comeback* di tahun tersebut dan merefleksikan tingginya antusiasme penggemar

Fanatisme yang ditunjukkan oleh *NCTzen* tampak dari bentuk dukungan aktif seperti pembelian *album* dan *merchandise* dalam jumlah besar, kehadiran dalam konser, hingga keterlibatan dalam berbagai kegiatan komunitas. Thorne dan Bruner (2006) mendefinisikan fanatisme sebagai bentuk dedikasi yang intens dan ketertarikan tinggi terhadap objek tertentu, yang tercermin dalam perilaku antusias bahkan hingga taraf yang dinilai berlebihan oleh masyarakat umum.

Fanatisme tersebut kerap berujung pada perilaku konsumtif yang melampaui kebutuhan dasar. Erich Fromm (dalam Pratama, 2017) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai gaya hidup berlebihan, di mana individu membeli barang mewah demi mendapatkan kepuasan fisik. Mangkunegara (2009) menambahkan bahwa perilaku konsumtif dipicu oleh dorongan untuk memperoleh kesenangan emosional, yang pada akhirnya menjadi kebiasaan. Oleh karena itu, perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan *NCTzen* tidak hanya disebabkan oleh aspek emosional, tetapi juga oleh norma sosial yang berkembang dalam komunitas.

Fenomena ini semakin kompleks ketika perilaku konsumtif dilakukan secara ekstrem, seperti menggunakan pinjaman daring untuk membeli *merchandise* atau tiket konser. Bahkan terdapat kasus penipuan dalam proses pembelian *merchandise* (Fauziyah & Nurhayati, 2023). Salah satu contoh lainnya adalah saat *NCT Dream* menjadi *brand ambassador* produk mi instan *Lemonilo*, yang meluncurkan edisi

khusus dengan *photocard*. Banyak penggemar membeli produk tersebut secara massal demi mendapatkan *photocard* idola mereka, dan beberapa di antaranya bahkan merusak kemasan produk di toko swalayan untuk memeriksa isinya (Kompas, 2022).

Gambar 1. 1
Penggemar merusak kemasan produk Lemonilo x NCT Dream untuk mencari photocard



Sumber : Kompas (2022)

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fanatisme dan perilaku konsumtif. Hidayati dan Indriana (2022) menemukan korelasi positif yang kuat ($r = 0,783$; $p < 0,05$) antara tingkat fanatisme dengan perilaku konsumtif penggemar K-Pop di Semarang. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Ulfah dan Haryadi (2022), dengan nilai korelasi sebesar 0,591, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi fanatisme, semakin besar kecenderungan individu untuk mengonsumsi produk terkait idola mereka. Fauziyah dan Nurhayati (2023) secara spesifik meneliti penggemar NCT di Indonesia, dan hasilnya menunjukkan bahwa fanatisme menyumbang sebesar 28,9% terhadap perilaku konsumtif. Namun demikian, tidak semua penelitian mendukung hubungan tersebut. Khomsiyah dan Sanaji (2021) serta Pakpahan et al. (2021) menemukan bahwa fanatisme tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam komunitas penggemar tertentu.

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terdapat inkonsistensi dalam temuan mengenai pengaruh antara fanatisme dan perilaku konsumtif. Beberapa penelitian menunjukkan pengaruh positif yang signifikan, sementara penelitian lainnya menemukan bahwa fanatisme tidak selalu berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Universitas Sriwijaya Selain itu, penelitian yang berfokus pada komunitas penggemar K-Pop di Indonesia masih terbatas, terutama dalam konteks komunitas spesifik seperti NCTzen di Palembang. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada komunitas penggemar secara umum atau fandom lain, sehingga belum ada kajian yang secara spesifik meneliti pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif dalam komunitas NCTzen Palembang.

Kota Palembang dikenal sebagai salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki komunitas penggemar budaya populer Korea, terutama K-Pop, yang aktif dalam berbagai kegiatan fandom. Berdasarkan hasil pra-riset, Komunitas NCTzen Palembang telah berdiri sejak November 2020 dan kini memiliki 249 anggota yang dikelola oleh empat orang admin. Komunitas ini juga memiliki akun Instagram resmi bernama @sijeunipalembang.id dengan 523 pengikut, yang digunakan sebagai media promosi dan koordinasi berbagai kegiatan terkait boyband NCT. Anggota komunitas secara aktif mengikuti berbagai aktivitas fandom, seperti pembelian album saat perilisan musik terbaru, perayaan ulang tahun idola, pengumpulan merchandise seperti photocard dan poster, serta menonton konser secara langsung maupun daring. Tidak jarang mereka juga menyelenggarakan acara nonton bersama untuk mempererat solidaritas antaranggota.

Jika dibandingkan dengan komunitas penggemar K-Pop lainnya yang juga ada di Palembang seperti EXO-L (penggemar EXO), MOA (penggemar TXT), ATINY (penggemar ATEEZ), dan CARAT (penggemar SEVENTEEN), NCTzen Palembang menunjukkan intensitas kegiatan yang lebih tinggi dan terorganisir. Berdasarkan observasi peneliti terhadap platform Instagram dan WhatsApp Group fandom lokal, beberapa komunitas tersebut mengalami penurunan aktivitas, seperti jarangya unggahan kegiatan bersama. Hal ini disebabkan oleh kurangnya aktivitas grup idola mereka secara reguler, seperti tidak adanya comeback grup atau proyek bersama dalam waktu dekat. Sebaliknya, sistem keanggotaan terbuka dalam grup NCT yang terdiri dari berbagai sub-unit (seperti NCT 127, NCT Dream, NCT U, dan WayV) memungkinkan adanya konten dan promosi yang berkelanjutan sepanjang tahun, baik berupa perilisan musik, konser, variety show, hingga brand endorsement.

Fleksibilitas konsep NCT tersebut membuat konten dan promosi grup terus berlangsung, sehingga menjaga keterlibatan dan antusiasme penggemar. Hal ini turut membentuk pola konsumsi yang khas di kalangan anggotanya, baik dalam bentuk dukungan emosional maupun finansial. Tingginya partisipasi anggota dalam komunitas NCTzen Palembang mencerminkan tingkat fanatisme yang signifikan, yang menjadi latar belakang pemilihan komunitas ini sebagai objek dalam penelitian berjudul “ Pengaruh Fanatisme Penggemar Boyband Korea NCT (Neo Culture Technology) Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Nctzen Palembang) “ .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh fanatisme penggemar *boyband* Korea NCT (*Neo Culture Technology*) terhadap perilaku konsumtif pada komunitas NCTzen Palembang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fanatisme penggemar *boyband* Korea NCT terhadap perilaku konsumtif anggota komunitas NCTzen Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan dalam pengembangan ilmu sosiologi serta memberikan manfaat bagi peneliti yang tertarik untuk mengeksplorasi topik serupa, menjadikannya sebagai bahan pustaka yang berguna. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi yang mendukung penelitian serupa di masa depan, khususnya yang berkaitan dengan hubungan antara fanatisme dan perilaku konsumtif di kalangan penggemar K-Pop.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi materi kajian, memberikan pengetahuan baru, dan berfungsi sebagai sumber informasi yang berguna.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan memberikan informasi yang akurat mengenai pengaruh fanatisme Kpop terhadap perilaku konsumtif penggemar di komunitas NCTZEN Palembang.
3. Bagi masyarakat, temuan penelitian ini dapat memberikan informasi penting untuk mendorong penggemar agar bersikap lebih bijak dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, K., & Khoiro, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Ananda, M., Hadi, N., & Meiji, N. H. P. (2021). Di balik perilaku konsumtif NCTzen dalam pembelian merchandise NCT (Studi kasus komunitas NCTzen Malang). *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(9), 1011–1026. <https://doi.org/10.17977/um063v1i92021p1011-1026>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan reliabilitas penelitian dengan analisis NVIVO, SPSS, dan AMOS*. Mitra Wacana Media.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Damasta, G. A. D., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4), 13–18.
- Darwis, A. M., & Harsono, Y. T. (2022). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku agresi pada suporter sepak bola PSM Makassar. In *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper Psikologi dan Ilmu Humaniora* (pp. 165–177).
- Dewi, H., Lidya, E., & Yulasteriyani. (2023). *Perilaku konsumtif penggemar K-pop (Studi komunitas EXO-L Palembang)* [Skripsi, Universitas Sriwijaya].
- Dewi, R. K., & Nugroho, R. S. (2022, January 26). Ramai soal bungkus Lemonilo disobek diduga mencari photocard NCT Dream. *Kompas*. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/01/26/212511865/ramai-soal-bungkus-lemonilo-disobek-diduga-mencari-photocard-nct-dream?page=all>
- Fromm, E. (1995). *Masyarakat yang sehat* (T. B. Murtianto, Trans.). Yayasan Obor Indonesia. (Original work published 1955)

- Fauziyah, S. A., & Nurhayati, S. R. (2023). Pengaruh fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada penggemar boyband NCT. *Jurnal Psikologi Insight*, 7(2), 125–140. <https://doi.org/10.17509/insight.v7i2.64757>
- Fathurrohman, & Rohaida, I. (2022). Pengaruh tayangan K-Pop di internet terhadap perilaku konsumtif (Studi kasus penggemar K-Pop di Provinsi Banten). [Artikel ilmiah, tidak ada informasi jurnal/prosiding, mohon dilengkapi jika tersedia].
- Goodstats. (2024, January 30). Indonesia jadi konsumen terbesar K-Pop di dunia, sentuh 18% pangsa pasar global. *Goodstats*. <https://goodstats.id/article/indonesia-jadi-konsumen-terbesar-kpop-di-dunia-2024>
- Goodstats. (2024, Juli 11). Fenomena musik Korea: Indonesia tempati posisi ke-3 pasar K-Pop dunia. *Goodstats*. <https://goodstats.id/article/fenomena-musikkorea-indonesia-tempati-posisi-ke-3-dalam-pasar-k-pop-dunia-gcIpb>
- Goodstats. (2024). Survei Korean Wave: Indonesia jadi negara pusat Hallyu dengan antusiasme budaya Korea tertinggi di dunia. *Goodstats*. <https://goodstats.id/article/survei-korean-wave-indonesia-jadi-negara-pusat-hallyu-dengan-antusiasme-budaya-korea-tertinggi-di-dunia-9f0mf>
- Hanifah, Z. N., Kusuma, R. S., & Sari, M. I. K. (2023). *Budaya partisipatori komunitas penggemar K-Pop di Twitter* [Laporan Penelitian, Universitas Muhammadiyah Surakarta].
- Hidayah, S. N. (2024). *Dampak budaya K-Pop terhadap perilaku konsumtif remaja di Kota Banda Aceh* [Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh].
- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-Pop di Semarang. *Jurnal Empati*, 11(1), 56–60.
- Maharani, N., Susanto, T. A., & Lidya, E. (2021). *Pengaruh fanatisme boyband Korea “Bangtan Sonyeondan” terhadap perilaku agresi verbal di media sosial*

- Instagram (Studi pada siswi SMA Negeri 6 Palembang)* [Skripsi, Universitas Sriwijaya].
- Nur Ajizah, S. (2023). *Tinjauan hukum Islam terhadap perilaku konsumtif penggemar K-Pop di kalangan remaja Islam (Studi pada fanbase boygroup Seventeen)* [Skripsi, UIN Raden Intan Lampung].
- Prasetyo, D., Tayo, Y., & Kusumaningrum, R. (2022). Pengaruh budaya populer fanatisme terhadap perilaku konsumtif pembelian merchandise pada komunitas Blink Jabodetabek. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(2), 245–260.
- Pratama, S. H. (2017). Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap merchandise Liverpool pada anggota suporter klub sepak bola Liverpool di Bekasi. *Jurnal Psikologi*, 10(2). [Perlu ditambahkan halaman jika tersedia]
- Retia Kartika Dewi, & Nugroho, R. S. (2022, Januari 26). Ramai soal bungkus Lemonilo disobek diduga mencari photocard NCT Dream. *Kompas*. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/01/26/212511865/ramai-soal-bungkus-lemonilo-disobek-diduga-mencari-photocard-nct-dream?page=all>
- Riduwan. (2016). *Belajar mudah penelitian untuk guru–karyawan dan peneliti pemula*. Alfabeta.
- Ritzer, G. (2012). *Teori sosiologi* (Edisi kedelapan). Pustaka Pelajar.
- Seregina, A. (2011). *Fanaticism—Its development and meanings in consumer's lives* [Master's thesis, Aalto University School of Economics].
- Septiani, A., Sumarah, N., & Norhabiba, F. (2021). Pengaruh brand ambassador EXO melalui media sosial Instagram terhadap gaya hidup konsumtif di kalangan pembeli produk Nature Republic (Studi pada komunitas EXO-L Surabaya). *Representamen*, 7(1). [Perlu ditambahkan halaman jika tersedia]
- Sudaryono, D. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif & mixed method* (Edisi kedua). [Penerbit tidak disebutkan].

- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi kedua). Alfabeta.
- Tanliana, D., & Utami, L. S. S. (2022). Perilaku konsumtif penggemar Korean Wave di Twitter (Studi tentang fenomena koleksi photocard K-Pop). *Jurnal Koneksi*, 6(1), 184–197. <https://doi.org/10.24912/kn.v6i1.15549>
- Thorne, S., & Bruner, G. C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of consumer fanaticism. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9(1), 51–72.
- Veronica, M., Paramita, S., & Utami, L. S. (2019). Eksploitasi loyalitas penggemar dalam pembelian album K-pop. *Jurnal Koneksi*, 3(2), 433–440.